Wirtschaftsjournalist

FÜR WIRTSCHAFTSJOURNALISTEN UND PR-MANAGER

EURO 14



Handelsblatt MEDIA GROUP

Gabors langer Schatten

Sinkende Anzeigenerlöse, verunsicherte Mitarbeiter, unklare Zukunft: So steht die Handelsblatt Media Group im Jahr zwei nach Steingart da

01#2020 Y54998 D-83381 FREILASSING | GZ 02Z033077 M | A-5301 SALZBURG-EUGENDORF | Illustration: Luis Grañena Lopez | Preis: 14 Euro



WOLFGANG MESSNER IST CHEFREDAKTEUR DES WIRTSCHAFTSJOURNALIST

Die Kehrwochen fangen wieder an

Zwei Jahre nach dem unfreiwilligen Abgang der Führungsfigur Gabor Steingart streicht die Handelsblatt Media Group (HMG) ihre Kosten zusammen. Viele Mitarbeiter sind verunsichert, denn abgesehen vom Sparen ist dem Management noch nicht viel eingefallen. Acht Fragen und acht Antworten was bei der HMG läuft.

1. Wer hat bei der HMG nach Steingart das Sagen?

Das große Führungscredo des Verleger Dieter von Holtzbrinck (78), heisst: „Führen durch Nicht-Führen“. Dieses lässige Credo gilt allerdings nur in Zeiten, in denen die Zahlen stimmten. Spätestens wenn die Zahlen allzu rot schimmern, dann reitet seit fast als 30 Jahren DvH-Intimus und Aufsichtsratschef Michael Grabner (71) ein wie die Kavallerie und veranstaltet Kehrwochen, wie die Projekte in Anlehnung an den Firmensitz in Stuttgart genannt werden. Wenn Grabner, der mit dem Verleger befreundet ist und den Machtkampf mit Steingart im Februar 2018 für sich entschied, die Kosten mal wieder an die Realität angepasst hat, arbeiten weniger Mitarbeiter bei Holtzbrinck. So auch dieses Mal. Verfügte die HMG 2018 im Jahr von Steingarts Abgang noch über 963 Vollzeitstellen, waren es ein Jahr später noch 899, heisst es bei internen Quellen.

Der Grund für die Einschnitte: In den Augen der Stuttgarter Zentrale waren unter Steingart die im branchenvergleich ohnehin beachtlichen Kosten weiter aus dem Ruder gelaufen. Die Verlagsoberen bei den DvH Medien hatten im Jahr des Steingart-Abgangs zudem den zwingenden Eindruck, dass es in der Verlagsführung von Frank Dopheide, Gerrit Schumann und Ingo Rieper an den Tugenden des klassischen Verlagshandwerks und vor allem des Kostenmanagement mangelte. Also holte die HMG im Herbst 2018 Oliver Voigt vom Boulevardblatt «Österreich» aus Wien. Der Grabner-Mann zog schnell Kritik auf sich. Außer sparen falle Voigt und Grabner nicht viel ein, monieren die Kritiker im Haus.

Da passt es gut, dass Grabner von 1980 bis 1991 selbst ein Jahrzehnt in der Führung des österreichischen Boulevardblatts „Kurier“ gesessen hat. Mit Voigt zusammen tischt er zum Missfallen anderer Führungskräfte der HMG die alten Boulevardrezepte zur Lösung der Medienkrise in digitalen Zeiten auf: wenn's schwierig wird, holt man mit der großen Kostensense aus und schmeisst Leute raus. Danach haut man journalistisch auf den Putz, hofft darauf, dass das Anzeigengeschäft wieder anzieht und die Papierpreise gnädig ausfallen. „Das mag für den Boulevard mal gepasst haben, diese Rezepte der 1980 Jahre uns aber bei einer Wirtschaftszeitung kein Stück weiter“, sagt ein Widersacher. In digitalen Zeiten hülfen derlei Maßnahmen aus der Mottenkiste der goldenden Zeitungszeiten schon gar nicht weiter.

Durch kühne Zukunftspläne ist auch Voigt bisher nicht aufgefallen. Allerdings hat er die Zahlen im Griff. So verbesserte sich das Ergebnis auch dank seines straffen Kostenmanagements deutlich. Rasiert wurde dafür alles, was nur entfernt nach Steingart aussah. Die englischsprachige Global Edition? Eingestellt. „Edison“, das Magazin für Elektromobilität? An den Chefredakteur Franz Rother im Management Buyout verkauft. Der Branchendienst „Meedia“? An den Medienunternehmer Timo Busch („Filmdienst“) verhökert. Orange? Das Wirtschaftsportal für junge Leute? Eingedampft. Die Handelsblatt Akademie? Unklar. Die Webseite ist derzeit nicht mehr erreichbar.

Die Beziehung von Belegschaft und Geschäftsführung ist ausbaufähig. Anfang Februar regten sich Voigt zusammen mit seinem Mitgeschäftsführer Gerrit Schumann in einer Mail auf, dass Informationen aus einem Townhall-Meeting mit rund 250 Zuhörern durchgestochen wurden. In vorwurfsvollem Ton werfen der «Gerrit und der Oliver» (das „Du“ hatte Dopheide konzernweit durchgesetzt) der Belegschaft vor, sie habe „vertrauliche Information aktiv nach draußen“ gegeben. Genauer: man sei „maßlos enttäuscht“, dass kommunizierte Wachstumszahlen und auch konkrete Zahlen zum laufenden Wirtschaftsjahr an einen Branchendienst durchgestoßen worden seien. Das bedeute einen «herben Vertrauens- und auch einen Vertragsbruch», erinnern die beiden Manager die Mitarbeiter an ihre Verpflichtung zur Ver-

FOTO: HARTMUT BÜHLER

„Handelsblatt“-Chefredakteur Sven Afhüppe: neuer drei Jahresvertrag.

traulichkeit (siehe „Im Wortlaut“ auf Seite 16). Die Mail sorgte bei HMG-Journalisten für ungläubiges Staunen. „Soviel Unkenntnis von medialen Mechanismen macht einen geradezu fassungslos“, sagt ein führender Redakteure des Hauses.

Frank Dopheide, ehemalige Nummer eins hinter Steingart, wäre derlei nicht passiert, sind viele überzeugt. Er wurde in der Belegschaft für sein konziliantes Wesen geschätzt.

Dopheide und Rieper haben inzwischen das Haus verlassen und – wo sonst? – bei Steingarts neuem Projekt Media Pioneer in Berlin angedockt. Rieper als CEO, der Werber Dopheide ist anders als gelegentlich berichtet nicht fest dabei, sondern hat sich mit einer Agentur selbstständig gemacht. Er berät Steingart aber als Markenexperte und Berater. Es heißt, er würde demnächst auch in den Aufsichtsrat einziehen. Wegen seines Verkaufstalents hätte die HMG Dopheide gerne gehalten. Man habe ihm ein „unmoralisches Angebot gemacht“, wird erzählt, aber Dopheide entschied sich für Steingart und die Freiheit.

2. Wird jetzt bei der HMG weiter gespart?

Das kann sehr gut sein, denn die Führungsebene hat im Dezember nochmals ein verschärftes Kostenmanagement angemahnt. Sehr zum Leidwesen der Chefs, die glaubten, man könne mit den in Aussicht gestellten Budgets zurecht kommen. Tatsächlich waren die Etats erst sehr spät genehmigt worden – und dann eben auch noch mit Einschnitten.

Beim „Handelsblatt“ bedeutet dies zum Beispiel, dass das Apollo 27 getaufte Programm (bei der „Wiwo“ heißt es „Houston“) zur Verschmelzung von Print und Online nun nicht mit fünf neuen Stellen, sondern mit Köpfen aus der bestehenden Mannschaft bewältigt werden muss. Wie es mit den einzelnen Titeln tatsächlich weitergeht, wird vermutlich erst ein Strategietreffen im März zeigen, das kein anderer als der Verleger selbst anberaumt hat.

3. Wie geht es der HMG wirtschaftlich?

Veröffentlicht werden nur die Zahlen der Holding der Dieter von Holtzbrinck Medien (DvH Medien) mit den Einheiten Zeit-Verlagsgruppe, Handelsblatt Media Group (HMG) und Tagesspiegel Verlag. Hier entwicklen sich die Zahlen erfreulicher als gedacht. Das vergangene Jahr sei „wirtschaftlich insgesamt sehr positiv verlaufen“, so dass man „über Plan abschließen konnte“, teilten die DvH Medien. Die Gruppe soll 2019 erneut die Grenze von einer halben Milliarde Umsatz mit ihren Qualitätstiteln durchbrochen haben.

Die HMG teilt zum Geschäftsverlauf auf Anfrage mit, dass man „sehr zufrieden“ sei und das „Ergebnis deutlich in einen zweistelligen Millionenbereich steigern konnte“.

Tatsächlich fiel das HMG-Ergebnis 2019 besser aus als im Vorjahr, bestätigen interne Quellen, die nicht im Verdacht stehen, die Welt rosarot zu malen. Allerdings ist die Realität trister als es die Gruppe einräumen möchte. Das läßt sich aus den Ergebnissen der konzerneigenen Holding DvH Medien herleiten, die sich mit den Angaben interner Quellen decken. Danach meldete die DvH Medien 2018 im Bundes-Anzeiger einen Umsatz von 502,5 Millionen Euro mit einem operativen Vorsteuerergebnis (Ebit) von 9,8 Millionen Euro. Die Zahl wurde in drei Unternehmensteilen erwirtschaftet: in der Zeit-Gruppe, dem Tagesspiegel-Verlag und der HMG. Der Umsatz der „Zeit“ von geschätzt 225 Millionen (in 2019) wird zwar den DvH Medien zugeschlagen, aber der Titel gehört zu gleichen Teil der Holtzbrinck Publishing Group von Dieters Halbbruder Stefan von Holtzbrinck. Im Jahr 2017 zahlte die „Zeit“ nach den amtlichen Zahlen rund 8 Millionen Euro in die Kasse der DvH Medien ein. Im Jahr 2018 war es ein wenig mehr.

Das bedeutet: die HMG und der „Tagesspiegel“ erwirtschafteten gemeinsam beim operativen Ebit 2018 etwa eine schwarzen Null. Da der „Tagesspiegel“ (bei einem geschätzten Umsatz von etwas weniger als 80 Millionen Euro) mit roten Zahlen im niedrigen einstelligen Millionenbereich unterwegs war, dürfte die HMG als operatives Ebit einen niedrigen Millionenbetrag ausweisen.

Die Betonung liegt allerdings auf operativ. Denn allein im Jahr 2018 sind für die DvH Medien „außergewöhnlichen Personalaufwendungen“ für „weiter in Umsetzung befindliche Refokussierungen“ angefallen , wie es im Bundesanzeiger heisst. Die Summe: 12,2 Millionen Euro. Das führt dazu, dass die DvH Medien für 2018 inklusive der Sonderposten einen Jahresfehlbetrag von rund 2,3 Millionen Euro ausweist. Für die HMG wiederum bedeutet das: Inklusive der Restrukturierungskosten und Sonderposten, die zum großen Teil in Düsseldorf anfielen war das Ergebnis 2018 bei einem Umsatz von über 200 Millionen Euro deutlich defizitär. Geschätzt im schmerzhaften einstelligen Millionenbereich.

Im vergangenen Jahr hat sich das operative Ergebnis der Konzerntochter HMG dann wegen den Sparkurses deutlich verbessert, wie interne Quellen unisono bestätigen. Die Vertriebserlöse bei den Kernmarken „Handelsblatt“ und „Wiwo“ waren stabil, in der Vermarktung verlor man leicht im niedrigen einstelligen Prozentbereich, aber deutlich unterm Branchenschnitt.Ohne die Einmaleffekte sieht man die HMG intern auf einem guten Weg. Wie die Ergebnisse genau aussehen, ist unklar.

Garant für die Stabilität der DvH Medien ist aber weiter die Zeit, die sich beim Ergebnis 2019 der 20 Millionen Marke nähert. Etwa die Hälfte davon steht den DvH Medien zu. Ein Teil ging für das Defzit des tapfer kämpfenden „Tagesspiegel“ drauf. Die HMG dürfte ohne Sondereffekte wieder in den schwarzen Zahlen sein.

4. Läuft es ohne Steingart bei der HMG besser?

Ob sie es in Düsseldorf wahrhaben wollen oder nicht: der Abgang des einstigen Impressarios beschäftigt die HMG noch immer. Unbestritten ist auch: Steingart hat das „Handelsblatt“, Deutschlands einzige Wirtschaftszeitung, enorm belebt. Eigentlich hatte der Journalist gar nicht geplant ins Management der Handelsblatt Media Group einzusteigen, zu der neben dem „Handelsblatt“ auch die „Wirtschaftswoche“, das Veranstaltungsportal Euroforum und eine Fachmagazinsparte gehören. So hört man es zumindest in seinen Kreisen. 2012 machte Verleger Dieter von Holtzbrinck den ehemaligen „Spiegel“-Mann vom Chefredakteur zum Geschäftsführer, angeblich weil



Prachtbau am Bahngleis: 2018 bezog die Handelsblatt Media Group den siebengeschossigen Bürokomplex „La Téte“. Der Verleger Dieter von Holtzbrinck mag es angeblich gar nicht.

FOTO: HARTMUT BÜHLER


Handelsblatt

Die Bosch-Vision

EZB erhöht Druck bei faulen Krediten

Daten & Fakten

Handelsblatt Media Group

Geschäftsführer: Gerrit Schumann, Oliver Voigt
Erweiterte Geschäftsleitung (seit 1.10.2019):
Chefredakteure: Sven Afhüppe (Handelsblatt), Beat Balzli (Wirtschaftswoche), Miriam Meckel (Ada) / Chief Marketing Officer (CMO): Kim Robertz / Chief Financial Officer (CFO): Seastian Christensen / Chief Operations Officer (COO): Thomas Gottlöber (bis Juni 2020) / Chief Technical Officer (CTO): Isabel Wolters / Chief Sales Officer (CSO): Andrea Wasmuth / Chief Sales Officer (CSO): Christian Sellmann Chief Business Development Officer (CBDO): Pascal Gerckens

MARKEN & BETEILIGUNGEN
- Tageszeitung: Handelsblatt
- Magazin (wöchentl.): Wirtschaftswoche
- Magazin: Ada
- Handelsblatt Fachmedien: Verlag GmbH
- CP, Special Interest: Planet C
- Vermarktung: IQ Media, IQ Digital
- Veranstaltungen: Euroforum, Management Forum
- Marktforschung: Handelsblatt Research Institute

JÜNGSTE CHRONIK
- **2019**: Die im September 2014 gestartete Handelsblatt Global Edition wird im Februar eingestellt / Oliver Voigt, zuvor sieben Jahre bei der Mediengruppe Österreich, wird im April Geschäftsführer (mit Gerrit Schumann)
- **2018:** Abgang: Gabor Steingart, Vorsitzender der Geschäftsführung, überwirft sich mit Eigentümer Dieter von Holtzbrinck und verlässt die HMG / Aus Handelsblatt Verlagsgruppe wird Handelsblatt Media Group / Umzug aus der Düsseldorfer Kasernenstraße ins neue Firmengebäude Toulouser Allee
- **2017:** HMG erwirbt 81-Prozent-Beteiligung an Euroforum Deutschland

Steingart sich andauernd über das verzagte Management beklagt hatte.

Anschließend schickte er das „Handelsblatt“ in einen grundlegenden Modernisierungskurs. Und eines ist sicher: das heutige Gesicht des „Handelsblatts“ ist ohne die Frischzellenkur des Mannes mit den deutsch-ungarischen Wurzeln nicht denkbar. Als er den finalen Machtkampf mit Aufsichtschef Grabner suchte und verlor, wurde er Anfang Februar 2018 entlassen.

Schon lange war internen Kritiker die expansive Ausgabenpolitik Steingarts ein Dorn im Auge. Namentlich insbesondere dem Aufsichtsratschef Grabner. Der Streit mit dem Wiener hat Steingart am Ende verloren. Steingarts wirtschaftliche Bilanz fällt daher bestenfalls gemischt aus. Seine Kritiker behaupten gar, dass er nicht viel mehr als rote Zahlen produziert hat. Er selbst betonte zuletzt im Manager Magazin“, dass er die wirtschaftlichen Ziele stets erreicht habe.

Ob es der Handelsblatt Media Group heute besser gehen würde, wenn Steingart nicht das Steuer übernommen hätte? Selbst auf Seiten seiner Gegner gibt es nur wenige, die die Frage bejahen. Denn die HMG und das „Handelsblatt“ brauchte einen Modernisierungsschub. Anderseits gilt auch: Steingarts Wirken hat sich nicht in besonders beeindruckenden Ergebnis-Zahlen niedergeschlagen.

Die Ebitda-Ergebnisse (vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen) waren in den späten Jahren Steingarts immer positiv. Auf harter Ergebnisebene können die Zahlen aber nur bestenfalls bescheiden gewesen sein. 2017, im letzten kompletten Steingartjahr meldeten die DvH Medien ein Vorsteuerergebnis von 5,8 Millionen Euro. Die „Zeit“ lieferte 8 Millionen in Stuttgart ab. Das bedeutet, dass Tagesspiegel“ und HMG gemeinsam ein Defizit von rund 2 Millionen Euro verantworten. Da der „Tagesspiegel“ zwar einen Trend nach oben zeigt, aber defizitär war, kann die HMG als Vorsteuerergebnis nur etwa bei einer schwarzen Null rausgekommen sein.

Umsätze der DvH Medien GmbH

Ein Drittel mehr in 10 Jahren

Jahr	Umsatz in Mio. Euro	Operatives EBIT** in Mio. Euro	Operatives EBIT** in Prozent
2019*	510,0	k. A.	k. A.
2018	502,5	9,84	2,00
2017	484,0	5,77	1,20
2016	443,8	2,44	0,50
2015	425,1	–2,20	–0,50
2014	413,6	–0,14	–0,03
2013	409,2	–2,01	–0,50
2012	404,0	–11,36	–2,80
2011	413,9	–8,45	–2,00
2010	385,5	–19,28	–5,00

* Zahlen geschätzt, ** von 2010 bis 2014: Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit
Quelle: Bundesanzeiger

Allerdings, das gehört auch zur Wahrheit: bei Steingarts Übernahme sahen die Zahlen noch deutlich schlechter aus. Was Steingart-Kritiker ebenfalls einräumen. Der einstige Frontmann fehlt vor allem in der Vermarktung. Heute lehnt er Anzeigenerlöse ab, aber für die HMG holte er an Vermarktungserlösen einige Millionen pro Jahr rein. Geld was vor allem 2018 nach dem abrupten Abgang fehlte. „Damit hat er die Löcher gestopft, die anderswo ausgefallen sind, außerdem hat er bestehende Engagements angegraben“, moniert einer seiner Widersacher.

Gerne wüssten viele im Haus auch, was Steingart nach seinem Abschied als Abfindung bekommen hat. Der Vertrag des einstigen Frontmanns lief laut internen Quellen noch bis dieses Jahr. Zusätzlich hielt Steingart Anteile an der HMG. Je nach Quelle sollen es zwischen 3 und 5 Prozent gewesen sein. Während die einen von echten Anteilen sprechen, betonen andere, dass Verleger Dieter von Holtzbrinck niemals einem Angestellten Teile seines Unternehmens schenken würde. Die Beteiligung habe eher den Charakter einer Gewinnbeteiligung gehabt.

Inzwischen haben sich die Parteien verglichen. Die Auszahlung des Vertrages samt erwarteter Gewinne soll angeblich irgendwo zwischen 2 und 3 Millionen Euro liegen, heißt es. Danach sah die Vereinbarung offenbar vor, Steingarts Beteiligung auf der Basis der (erfreulicheren) Ebitda-Ergebnisse zu bewerten. Andere Quellen wollen gehört haben, dass die Abfindung in Richtung von fünf Millionen Euro oder gar darüber hinaus ging.

5. Wer hat Angst vor Gabor Steingart?

Der Ex-HMG-Chef hat mit seinem Morning Briefing einen Nerv getroffen. Bei der HMG haben einige in der Führungscrew offenbar unterschätzt, dass Steingart zu einem ernstzunehmenden Konkurrenten werden könnte. Steingart hatte sich schon beim Start seines Newsletters zusichern lassen, dass die Marke und die Adressen ihm gehören. Das war den Oberen bei den DvH Medien offenbar ziemlich egal, weil die Phantasie fehlte, das Potential der Marke zu erkennen. Inzwischen ist es der HMG nicht mehr ganz schnuppe, was Steingart so treibt. Im vergangenen Jahr stellte das Handelsblatt Research Institute die Lieferung von Zahlen und Grafiken für das Morning Briefing ein.

Noch erzielt Gabor Steingart keine Umsätze mit seinem Start-up, aber publizistisch trocknet er die lieben Kollegen mit seinem Newsletter regelmässig ab. Steingarts Analysen sind oft frech und auf den Punkt geschrieben. Das (einst von Steingart erfundene) Handelsblatt Morning Briefing hingegen spielt eine Liga tiefer. Auch beim Buhlen um hochkarätige Interviewpartner ist Steingart inzwischen ein ernstzunehmender Konkurrent. In Düsseldorf mag man sich trösten. Die HMG war nicht der einzige, die Steingart unterschätzt haben. Auch der Deutschlandfunk ist erst kürzlich aufgewacht und will jetzt mit einem einen neuen Morgenpodcast dagegenhalten. Aber wirklich hilft derlei geteiltes Leid auch nicht.



FOTO: CHRISTOPH HARDT

Abgang eines Impressarios: Noch immer beschäftigt sich die HMG mit dem Anfang Februar 2018 geschassten Gabor Steingarts – ob sie will oder nicht.

6. Wer wird der nächste Steingart?

Erkennbar ist, dass es der Handelsblatt-Gruppe spürbar an kreativen und innovativen Köpfen fehlt. Als Nachfolger von Steingart ist publizistisch weit und breit niemand in Sicht. Chefredakteur Afhüppe gilt als Managertyp, der seine Stärken im Verwalten des Steingart-Erbes hat. Kürzlich wurde sein Vertrag um drei Jahre verlängert. Als origineller Kopf oder kreativer Schreiber ist er noch nicht in Erscheinung getreten. Deswegen, so heißt es in der Redaktion, ist er von Steingart vor vier Jahren auch nicht zum Chef befördert worden, sondern als Executor des Willen des allmächtigen Gabor.

Affhüppes damaliger Co-Chef und heutiger Co-Schreiber des Morning Briefings, Hansjürgen Jakobs, hat allein als Autor deutlich mehr zu bieten als Afhüppe. Jedoch wurde Jakobs nach seinem 2016 als Senior Editor auf's Abstellgleis nach München gestellt. Ein gemütliches Plätzchen, von dem aus man keine Karrierepläne mehr schmieden muss.

„Wiwo“-Chefredakteur Beat Balzli ist kein ernsthafter Kandidat und schon damit ausreichend beschäftigt, gegen die sinkende Auflagen des angeschlagenen Blattes anzugehen. Zudem muss die „Wirtschaftswoche“ mehr noch als das „Handelsblatt“ miteinem Sparprogrammen kämpfen.

Als großer Vordenker oder Motivator seiner Truppe ist der Schweizer Bankenexperte und ehemalige Top-Investigativjournalist des „Spiegel“ in Düsseldorf ebenso wenig aufgefallen wie bei der eidgenössischen „Handelszeitung“. Eher im Gegenteil. Er verlangt den Kollegen viel ab, lobt nur wenig und kaum einer der Untergebenen kann seinen hohen Ansprüchen genügen, außer Balzli selbst natürlich.

Mit dem Management-Duo Voigt/Schumann ist die oberste Heeresleitung in Stuttgart zufrieden. Allerdings fehlt seit dem Abgang von Dopheide einer, der Drive in die Vermarktung bringt. Dem Vernehmen nach hält man bereits Ausschau nach einer Verstärkung in der Geschäftsleitung.

Auf Managementebene fällt einem erst recht keiner ein – außer vielleicht Sebastian Turner, der als Herausgeber den „Tagesspiegel“ wieder auf Kurs gebracht und zur besten deutschen Regionalzeitung gemacht hat – mit kla-

Abgänge beim „Handelsblatt" seit 2015

Von Rexer bis Steingart

Name	letzte Position beim HB	beim HB von/bis	aktuell
Andrea Rexer	Ressortleiterin Unternehmen & Märkte	2018–2019	unbekannt
Daniel Schäfer	Ressortleiter Finanzen	2015–2019	Leiter von Bloomberg News Deutschland
Britta Weddeling	Technologie-Reporterin im Silicon Valley	2014–2019	Chefredakteurin bei Bits & Pretzels
Miriam Schröder	Berlin-Korrespondentin	2011–2019	leitet den „Tagesspiegel Background"-Newsletter „Digitalisierung & KI"
Grischa Brower-Rabinowitsch	Ressortleiter Unternehmen & Märkte	2000–2018 (m. U.)*	Leiter externe Kommunikation und Themenmanagement bei der R+V Versicherung
Kirsten Ludowig	Deskchefin Unternehmen & Märkte	2008–2018	Leiterin externe Kommunikation bei der Metro AG (kehrt im März 2020 als Ressortleiterin Unternehmen & Märkte zum HB zurück)
Johannes Steger	Redakteur für Startups und Technologiethemen	2012–2018	Senior Associate bei Hering Schuppener
Katharina Slodczyk	Finanzreporterin in Frankfurt	2000–2018	Frankfurt-Korrespondentin beim „manager magazin"
Jessica Schwarzer	Chefkorrespondentin	2008–2018	Journalistin, Autorin, Moderatorin
Gertrud Hussla	Redakteurin im Investigativressort	1999–2018	Selbständige Autorin
Rüdiger Schmitz-Normann	Textchef	k.A.–2017	Stv. Chefredakteur von T-Online
Nils Rüdel	Deskchef Politik	2005–2017	Ressortleiter Politik beim Bonner „General-Anzeiger"
Anja Stehle	Berlin-Korrespondentin	2015–2016	Berlin-Korrespondentin für die „NZZ"
Holger Alich	Schweiz-Korrespondent	2004–2017	Stellvertretender Ressortleiter Wirtschaft beim „Tagesanzeiger"
Kai-Hinrich Renner	Medienredakteur	2013–2017	zuletzt Medienredakteur in der Funke-Zentralredaktion (bis Ende 2019)
Stefani Hergert	Redakteurin für Themen aus Bildung, Karriere und die Management-weiterbildung	2009–2017	Lehrerin am Berufskolleg Vera Beckers in Krefeld
Markus Hennes	Teamleiter Namen/Sport/Panorama im Ressort Agenda	1999–2017	Leiter der Unternehmenskommunikation beim Energieversorger STEAG
Massimo Bognanni	Reporter im Investigativressort	2012–2017 (m. U.)*	Investigativreporter beim WDR
Oliver Stock	Online-Chefredakteur	2000–2016	Head of Corporate Communications bei Kienbaum
Jens Hagen	Finanzredakteur	2009–2016	Pressesprecher bei der Flossbach von Storch AG
Benjamin Wagener	Reporter im Ressort Agenda	2013–2016	Ressortleiter Wirtschaft bei der „Schwäbischen Zeitung"
Wolfgang Reuter	Ressortleiter Unternehmen & Märkte	2010–2015	selbständiger KI-Programmierer
Sara Zinnecker	Redakteurin Desk Finanzen	2012–2015	Redakteurin Bank & Geldanlage bei „Finanztip"
Sebastian Ertinger	stellvertretender Redaktionsleiter der „Handelsblatt Live"-App	2008–2015	Redakteur bei „Fonds professionell"
Julian Mertens	Redakteur bei „Handelsblatt Live"	2012–2015	Referent Kommunikation bei der GLS Bank
Finn Mayer-Kuckuk	Peking-Korrespondent	2005–2015	Freier Korrespondent
Claudia Michalski	Mitglied der Geschäftsführung	2012–2015	geschäftsführende Gesellschafterin der OMC OpenMind Management Consulting GmbH in Berlin
Steingart, Dopheide, Rieper			… alle zu Media Pioneer

* mit Unterbrechungen

rem überregionalen Anspruch, den das Blatt nun digital einlösen soll. Turner probiert viel und treibt einen erheblichen auch finanziellen Aufwand. Früher und klarer als das „Handelsblatt" hat er auf Vertikal und Spezialthemen gesetzt. Nun erst zieht die Wirtschaftszeitung langsam nach.

Turner gehört dem Aufsichtsrat der DvH Medien an und hat offiziell mit dem „Handelsblatt" und der HMG nichts zu tun. Was nicht ist, kann ja eventuell aber noch werden. Immerhin darf sich der einst als OB-Kandidat in Stuttgart gescheiterte Selfmademan ein enger Freund des Hauses nennen. Der Sohn des Gelehrten George Turner und ehemalige Werbe- und Marketingexperte (Scholtz&Friends) ist ein Gründer und Unternehmertyp und hat aber als Journalist angefangen. Er war noch keine 20, da gründete er das „Medium Magazin", das inzwischen (wie auch der ***Wirtschaftsjournalist***) im Oberauer-Verlag erscheint. Und er ist ein Vordenker. Mit der Unterstützung führender Wissenschaftseinrichtungen initiierte erdie internationale Wissenschaftskonferenz „Falling Walls", die am Jahrestag des Mauerfalls internationale Spitzenforscher nach Berlin einlädt, um unter dem Motto „Welche Mauern fallen als nächste?" bevorstehende wissenschaftliche Durchbrüche zu diskutieren.

Turner könnte im Haus von Holtzbrinck der Kronprinz werden, der das Verlagshaus in die Zukunft führt. Sagen jedenfalls Vertraute. Sonst sei da niemand. Dass Dieter von Holtzbrinck einen Nachfolger von außen holt, ist auszuschließen. Er vertraut nur Menschen, die er gut und lange oder eben schon sehr lange und sehr gut kennt.

7. Und was macht eigentlich Mirijam Meckel?

Das Projekt „Ada" läuft im Bildungsgeschäft ordentlich. Angesichts des Sparkurses soll die vierteljährliche Frequenz nicht erhöht werden. Wirtschaftlich bringt Ada wenig, so heißt es. Aber es kostet aber auch nicht viel. Ada-Chefin Miriam Meckel, die parallel wieder in St. Gallen an der HSG lehrt, muss sich bei der HMG weniger den wirtschaftlichen Realitäten stellen als die Anderen, denn der Verleger schätzt sie. Als Chefin der „Wiwo" war ihr Leistungsausweis bescheiden, aber bei Ada scheint sie eine Rolle gefunden zu haben, die ihr behagt. Der Vorteil für das Unternehmen: Viel kaputt machen, kann sie nicht.

8. Wie startet die HMG in die Zukunft?

Künftig will man in Verticals investieren, also digitale Spezialdienste für kleine Zielgruppen. Ähnlich wie Sebastian Turner Services und Dienste um seinen „Tagesspiegel" herum aufgebaut hat. Wem die Idee bekannt vorkommt: Das war auch der Plan von Gabor Steingart. Nur wollte er dazu das traditionelle Fachmedigeschäft verkaufen. Und das wollte Verleger Dieter von Holtzbrinck nicht. **WJ**

Mitarbeit: Roland Karle, Marcus Schuster, Markus Wiegand

Im Wortlaut

„Maßlos enttäuscht"

Bei einem Townhall Meeting am 28. Januar vor rund 250 Mitarbeitern – die meisten davon Journalisten – stellten die HMG-Geschäftsführer Gerrit Schumann und Oliver Voigt einige reichlich optimistische Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr 2020 in den Raum. Am 3. Februar wurden das Wunschkonzert in Zahlen per Mail noch mal an alle Mitarbeiter gesandt. Diese Einschätzungen landeten dann stande pede beim Branchendienst „Meedia", der vor Jahresfrist noch zur HMG gehört hatte.

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

nur wenige Stunden, nachdem wir euch gestern ausführlich über unsere Jahresziele und die OKRs für 2020 informiert haben, ist eine Mail eines Medienjournalisten bei uns eingegangen. Die Mail, die dezidierte Nachfragen zu unseren Wachstumszielen sowie konkrete Zahlen für das laufende Jahr enthält, lässt leider nur einen Schluss zu: Unter uns ist einer, der oder die vertrauliche Informationen aktiv nach draußen gegeben hat.

*Wir sind darüber maßlos enttäuscht. Gerade jetzt, wo wir gemeinsam mit euch neue Wege gehen und die im Haus zurecht vielfach gewünschte Transparenz schaffen wollen, ist beiderseitiges Vertrauen unabdingbare Voraussetzung. Dass eine*r von euch unser Vertrauen nun so missbraucht hat, wirft uns alle zurück. Traurig ist das vor allem für die vielen unter euch, die unsere neue Offenheit schätzen und den Kulturwandel bei der HMG aktiv vorantreiben.*

*Das bedeutet nicht nur einen herben Vertrauens-, sondern auch einen Vertragsbruch. Denn in jedem Arbeitsvertrag ist die Verpflichtung zur Vertraulichkeit klar definiert. Bei einem Verstoß hiergegen sehen wir uns gezwungen im Interesse des Unternehmens und aller Mitarbeiter*innen die in so einem Fall entsprechenden Maßnahmen zu ergreifen.*

Trotz dieses Vorfalles werden wir optimistisch in die Zukunft blicken und den eingeschlagenen Kurs nicht verlassen. Wir glauben weiter an den Kulturwandel, an jene, die ihn mit uns vorantreiben und an ein vertrauensvolles Miteinander. Daher werden wir den eingeschlagenen Weg bewusst weiter mit euch beschreiten.

Viele Grüße
Gerrit und Oliver